

Guerilla

Exploration, Improvisation und Kommunikation

Bearbeitet von
Von: Thomas Duschlbauer, Christian F. Freisleben-Teutscher

1. Auflage 2017. Buch. 169 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8487 3252 4
Format (B x L): 15,4 x 22,6 cm
Gewicht: 329 g

[Weitere Fachgebiete > Philosophie, Wissenschaftstheorie, Informationswissenschaft > Wissenschaft und Gesellschaft | Kulturstudien > Kulturwissenschaften: Allgemeines und Interdisziplinäres](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Thomas Duschlbauer | Christian F. Freisleben-Teutscher

Guerilla

Exploration, Improvisation und Kommunikation

Organisationskommunikation |
Organisational Communication

herausgegeben von / edited by

Mag. Dr. Thomas Duschlbauer MA,
Fachhochschule St. Pölten

Mag. Sieglinde Martin, FHWien der WKW

Dr. Pierre Saffarnia,
Public Relations / Orthopädisches Spital Speising

Band / Volume 3

Thomas Duschlbauer
Christian F. Freisleben-Teutscher

Guerilla

Exploration, Improvisation und Kommunikation



Nomos
Edition Reinhard Fischer

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-3252-4 (Print)

ISBN 978-3-8452-7600-7 (ePDF)

1. Auflage 2017

© Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden 2017. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Vorwort | 7 |
| 1. Einleitung | 11 |
| 2. Kommunikation unter den Bedingungen des „Postfaktischen“ | 22 |
| 3. Improvisation als Form der ständigen Verbesserung | 40 |
| 4. Regelbruch und schöpferische Zerstörung in der Kommunikation | 67 |
| 5. Von der Kriegsführung hin zur künstlerischen Intervention | 71 |
| 6. Partizipatorisches Ereignis-Design für alle Sinne | 90 |
| 7. Strategien und Strategeme | 118 |
| 8. Die Dimensionen von Guerilla-Kommunikation | 147 |
| 9. Schlusswort: Marketing ohne den ‚Linguistic Turn‘ | 161 |
| 10. Bildverzeichnis | 166 |
| 11. Die Autoren | 167 |